



***Ungeprüfter verkürzter Konzernzwischenabschluss
zum 31. März 2014***

Ausgewählte Konzernkennzahlen

	01.01.- 31.03. 2014	01.01.- 31.03. 2013	Verände- rung
	TEUR	TEUR	Prozent
<i>Nettoumsatz</i>	11.579	12.996	-10,9
<i>Bruttomarge</i>	4.137	5.741	-27,9
<i>EBIT</i>	-991	68	< -100
<i>Periodenergebnis</i>	-690	43	< -100
<i>Ergebnis pro Aktie in EUR (unverwässert)</i>	-0,03	0,00	-

	31.03. 2014	31.12. 2013	Verände- rung
	TEUR	TEUR	Prozent
<i>Liquide Mittel*</i>	20.045	21.702	-7,6
<i>Eigenkapital</i>	23.966	24.575	-2,5
<i>Bilanzsumme</i>	34.107	36.262	-5,9
<i>Anzahl der Mitarbeiter</i>	236	228	3,5

- Seit 1. Januar 2014 ist Dirk Klose Chief Technology Officer (CTO) der ad pepper media International N.V.

* einschließlich Wertpapierbestände zum beizulegenden Zeitwert und Termineinlagen mit Laufzeiten von mehr als 3 Monaten

6 Die ad pepper media-Aktie

8 Konzernzwischenlagebericht

8	Struktur der ad pepper media-Gruppe
10	Allgemeine Informationen zum Lagebericht
12	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
14	Wichtige Ereignisse und Maßnahmen
16	Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
18	Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten
19	Mitarbeiter
20	Risiko- und Chancenbericht
21	Prognosebericht

22 Konzernzwischenabschluss

22	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
24	Konzern-Gesamterfolgsrechnung
26	Konzern-Bilanz
30	Konzern-Kapitalflussrechnung
34	Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
38	Konzern-Anhang

50 Weitere Informationen

50	Finanzkalender
50	Kontakt/Impressum

Die ad pepper media-Aktie

Stammdaten der ad pepper media-Aktie

Wertpapierkennnummer (WKN)	940883
ISIN	NL0000238145
Aktienart	Inhaber-Stammaktien
Börsensegment (Frankfurter Börse)	Prime Standard
Börsengang	09.10.2000
Designated Sponsor	Equinet
Grundkapital in EUR	1.150.000
Anzahl Aktien	23.000.000
Sektor	Werbung

Kennzahlen der ad pepper media-Aktie

	01.01.-31.03.2014	01.01.-31.03.2013
XETRA Schlusskurs am Periodenende in EUR	1,19	0,93
Höchstkurs in EUR	1,42	1,05
Tiefstkurs in EUR	1,13	0,80
Marktkapitalisierung am Periodenende in EUR	27,4 Mio.	21,4 Mio.
Durchschnittliches Handels- volumen pro Tag in Stück (XETRA)	33.029	25.965
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in EUR	-0,03	0,00
Net Cash per Share* in EUR	0,87	0,64

Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



Aktionärsstruktur per 31. März 2014

Aktionär	Aktien Stück	des Grundkapitals in Prozent
EMA B.V.	9.486.402	41,25
Eigene Anteile	1.759.292	7,65
Axxion S.A.	1.163.501	5,06
Dieter Koppitz*	699.338	3,04
Euro Serve Media GmbH	436.963	1,90
Zwischensumme	13.545.496	58,90
Freefloat	9.454.504	41,10
Summe	23.000.000	100,00

* Am 18. März 2014 wurde uns eine im Sinne der holländischen WFT meldspflichtige Transaktion von Herrn Dieter Koppitz bekannt, wonach sein Stimmrechtsanteil an der ad pepper media International N.V., Amsterdam, Niederlande, ISIN: NL0000238145, WKN: 940883 am 17. Februar 2014 die Schwelle von 3 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und nunmehr 3,0406 Prozent (das entspricht 699.338 Stimmrechten) beträgt.

* ((liquide Mittel – langfristige Verbindlichkeiten)/Anzahl ausgegebene Aktien

Struktur der ad pepper media-Gruppe

Die ad pepper media-Gruppe ist eines der führenden unabhängigen Vermarktungsnetzwerke und Anbieter richtungsweisender Branchentechnologien im Bereich Online-Werbung. ad pepper media International N.V. mit Sitz in Amsterdam, Niederlande, ist die zentrale Management- und Holdinggesellschaft für die Unternehmen der ad pepper media-Gruppe. Mit 10 Gesellschaften in sechs europäischen Ländern und USA wickelt ad pepper media für Tausende von nationalen und internationalen Werbekunden Kampagnen in derzeit mehr als 50 Ländern weltweit ab. Wir sind mit drei Geschäftsbereichen im Online-Werbemarkt aktiv: ad pepper media, Webgains und ad agents.

ad pepper media

Der Geschäftsbereich ad pepper media bietet das komplette Set für erfolgreiches Display-, Performance- und E-Mail-Marketing. Die wesentlichen Produkte sind: iSense, SiteScreen, iLead, iClick und mailpepper.

iSense gibt Werbungtreibenden und Publishern eine revolutionäre semantische Targeting-Technologie an die Hand, mit der Werbung zielgerichtet für jede Website im relevanten Themenumfeld platziert werden kann. Der Kern dieser Technologie besteht aus der patentierten „Sense Engine™“ und ist das Ergebnis über zehnjähriger Forschung und Entwicklung von Prof. Dr. David Crystal, einem der führenden Linguistikexperten weltweit. Weiterhin bietet die Technologie Werbekunden höchste Sicherheit für ihre Marke, da die Werbeauslieferung in schädlichen Themenumfeldern blockiert werden kann.

iLead ist die ideale Lösung für Werbungtreibende, die ihre Kundendatenbank erweitern und aufbauen wollen, indem potenzielle Neukunden, die bereits Interesse für die vom Werbekunden angebotenen Produkte und Dienstleistungen gezeigt und einer Ansprache zugestimmt haben, über Telefon, E-Mail oder per Post kontaktiert werden.

iClick ist die erfolgsabhängige Marketinglösung von ad pepper media, die Werbungtreibenden auf effiziente und messbare Weise qualifizierte Internet-User auf ihre Website bringt.

mailpepper bietet die Möglichkeit, via E-Mail-Versand schnell und effektiv breite oder auch sehr spezielle Zielgruppen direkt anzusprechen, die einer Kontaktaufnahme durch ad pepper media oder den Werbungtreibenden explizit zugestimmt haben.

Webgains

ist eines der führenden internationalen Affiliate-Netzwerke mit Niederlassungen in Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Spanien und den USA. Das Erreichen großer Reichweite über eine Vielzahl von Websites bei gleichzeitig erfolgsabhängiger Bezahlung macht Affiliate-Marketing für alle Teilnehmer so attraktiv. Affiliate-Marketing ist ein provisionsbasiertes Werbemodell, wobei Websitebetreiber (Affiliates) Internet-Traffic auf Seiten von Werbungtreibenden (Merchant) lenken und im Gegenzug hierfür einen Prozentsatz des dort getätigten Kaufumsatzes erhalten. Webgains überzeugt dabei nicht nur durch herausragenden Service, sondern hat in den letzten Jahren auch die Führung hinsichtlich technologischer Neuerungen der Plattform übernommen, wie beispielsweise dem Voucher Management Tool, Multiple Datafeeds, Page Peel und Mobile Tracking.

ad agents

ist auf Suchmaschinenmarketing (SEM), Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Performance-Marketing spezialisiert. ad agents berät bekannte Unternehmen aus dem Versandhandel, der Reisebranche sowie zahlreichen anderen Sektoren, die bereits über eine ausgereifte E-Commerce-Strategie verfügen und Waren und/oder Dienstleistungen über ihre Websites bzw. Web-Shops anbieten. ad agents hilft ihren Kunden dabei, schnell und zielsicher auf allen gängigen Suchmaschinen gefunden zu werden und die Suchergebnisse in erfolgreiche Transaktionen umzuwandeln. Die ad pepper media International N.V. hält einen Anteil von 60 Prozent an ad agents.

Allgemeine Informationen zum Lagebericht

Begriffsdefinition

Sofern in diesem Lagebericht von „ad pepper media International N.V.“, „ad pepper media“, „ad pepper media-Gruppe“ oder die „Gruppe“ die Rede ist, ist stets der ad pepper media Konzern gemeint.

Vorausschauende Aussagen

Dieser Lagebericht enthält vorausschauende Aussagen und Informationen, die auf den Ansichten und Annahmen der Geschäftsleitung beruhen. Diese stützen sich ihrerseits auf die Informationen, die der Geschäftsleitung gegenwärtig zur Verfügung stehen. Solche zukunftsbezogenen Aussagen resultieren aus unseren aktuellen Erwartungen, Annahmen und Prognosen im Hinblick auf zukünftige Umstände und Ereignisse. Folglich unterliegen diese vorausschauenden Aussagen und Informationen verschiedenen Risiken und Unsicherheiten, von denen viele außerhalb unseres Einflussbereichs liegen. Sollten eines oder mehrere dieser Risiken und Unsicherheiten eintreten oder sollten sich die Annahmen der Geschäftsleitung als unrichtig erweisen, könnten unsere tatsächlichen Ergebnisse erheblich von den Erwartungen abweichen, die in den vorausschauenden Aussagen und Informationen beschrieben sind oder die sich daraus ableiten lassen. Die betreffenden Risiken und Unsicherheiten sind im Risikobericht des Geschäftsberichtes 2013 beschrieben. Wörter wie „erwarten“, „glauben“, „rechnen mit“, „fortführen“, „schätzen“, „voraussagen“, „beabsichtigen“, „zuversichtlich sein“, „davon ausgehen“, „planen“, „vorhersagen“, „sollen“, „sollten“, „können“, „könnten“, „werden“, „Ausblick“, „voraussichtliche Entwicklung“ und „Ziele“ sowie ähnliche Begriffe in Bezug auf ad pepper media sollen solche vorausschauenden Aussagen anzeigen. Dem Leser wird empfohlen, diesen Aussagen kein unangemessen hohes Vertrauen zu schenken. Abgesehen von rechtlichen Veröffentlichungspflichten übernehmen wir keine Verpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit, vorausschauende Aussagen aufgrund neuer Informationen oder Umstände, die sich nach dem Datum der Veröffentlichung ergeben, aufgrund künftiger Ereignisse oder aus anderen Gründen zu aktualisieren oder zu korrigieren.

Unternehmensinternes Steuerungssystem

Zur Steuerung und Überwachung der Entwicklung der einzelnen Tochtergesellschaften analysiert ad pepper media unter anderem monatlich deren Umsatz und Ergebnisse (EBIT, EBITDA, Bruttomarge) und vergleicht diese Kennzahlen mit der ursprünglichen Planung. Zusätzlich werden weitere Key Performance Indicators erhoben und innerhalb aller operativen Gesellschaften der ad pepper media-Gruppe zur Steuerung eingesetzt. Auch werden zur Unternehmenssteuerung regelmäßig externe Indikatoren herangezogen. Zudem finden wöchentliche Jour fixes sowie regelmäßig Gesellschafterversammlungen mit den einzelnen Tochtergesellschaften statt.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Welt/Europa/Deutschland

Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) geht laut einer jüngst veröffentlichten Studie von zuletzt leicht verbesserten Wirtschaftsdaten aus. Für sämtliche 34 OECD Staaten soll demnach das Wachstum im Jahre 2014 bei 2,3 Prozent liegen. 2015 sollen sogar 2,7 Prozent erreicht werden. Für den US Markt geht die OECD von einem Wachstum von 2,9 Prozent aus, während für 2015 sogar 3,4 Prozent prognostiziert werden.

Noch optimistischer sieht die Weltbank die Entwicklung. Demnach wird das Bruttoinlandsprodukt 2014 global gesehen 3,2 Prozent zulegen. Als Hauptgrund für die besseren Wachstumsaussichten nannte die Weltbank die Entwicklung in den Industriestaaten, die in den vergangenen Jahren noch unter den Folgen der Finanz- und Wirtschaftskrise litten. Sparprogramme und politische Unsicherheit würden mittlerweile aber nicht mehr so schwer wiegen.

Für Deutschland erwartet das Münchner Ifo-Institut daher für 2014 unverändert ein Wachstum von 1,9 Prozent. Dies entspräche in etwa dem Fünffachen des im angelaufenen Jahr erreichten Wachstums (ca. 0,4 Prozent). Auch für die Eurozone sieht der IWF Anzeichen für eine Verbesserung der Situation. Nach einem erwarteten Negativwachstum von 0,4 Prozent in 2013, wird eine wieder leicht anziehende Konjunktur in Spanien und Griechenland erwartet. In 2014 soll die Wirtschaft in der Eurozone demnach wieder wachsen, allerdings nur um 1,0 Prozent. Inwiefern sich der Konflikt um die Ukraine und damit im Zusammenhang stehenden Sanktionen auf das Wirtschaftswachstum der Eurozone auswirken werden, ist aus heutiger Sicht jedoch nur schwer abschätzbar.

Werbemarkt

Wir sind überzeugt: Die Markenkommunikation über Online-Werbung wird in den nächsten Jahren weitere Anteile am Gesamtwerbemarkt gewinnen. Damit wird die Werbung im digitalen Bereich auch 2014 einmal mehr zum entscheidenden Innovationstreiber – für die gesamte Werbeindustrie ebenso wie für die Medien. Ungeachtet dessen, ist die Technologisierung des Online-Marketings weiter ungebrochen und eine

Vielzahl an technologischen Innovationen wird die Branche auch in diesem Jahr prägen: So hält zum Beispiel der Trend zur Etablierung von virtuellen Marktplätzen unverändert an. Damit erhält die Display-Werbung eine neue technische Infrastruktur in Form von Werbepattformen, an die sich Vermarkter mit ihren Sites anschließen. Agenturen verbinden sich mit den Anbieterplattformen über sogenannte Trading Desks und eigene Einkaufsplattformen. Auf diese Weise soll es möglich werden, jede Platzierung oder auch jeden User im Netz über lediglich ein Interface zu erreichen. Ein Beispiel sind Demand Side Plattformen (DSP's).

Unter diesen versteht man unabhängige Dienstleister, die Reichweiten für Agenturen und Kunden unter einer Oberfläche bündeln. Das Ziel: den Einkaufspreis für Kunden zu optimieren und Buchungen sowie das Reporting zu vereinfachen. Dabei bieten DSP's selbst keine Werbeflächen an. Vielmehr ist es über diese Plattformen möglich, Preise bei verschiedenen Online-Werbevermarktern und Marktplätzen automatisiert zu vergleichen, eine Buchungsentscheidung zu treffen und an Echtzeitauktionen von Inventar teilzunehmen (Real Time Bidding).

Wichtige Ereignisse und Maßnahmen

Dirk Klose neuer Group CTO von ad pepper media International N.V.

Dirk Klose verantwortet seit dem 1. Januar 2014 global das strategische IT-Management an allen Standorten der ad pepper media-Gruppe. In seiner Funktion ist er insbesondere für den Aufbau einer neuen Technologie-Organisation sowie die Ausrichtung der internationalen Technologie-Strategie und des Produktportfolios zuständig. Ein Schwerpunkt liegt im Data Driven Advertising.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Ertragslage

ad pepper media International N.V. ist mit einem Umsatz im ersten Quartal 2014 in Höhe von TEUR 11.579 gestartet. Dies entspricht einem deutlichen Minus gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode um 10,9 Prozent (Q1 2013: TEUR 12.996). Während das Segment Webgains um TEUR 1.068 auf TEUR 7.352 bzw. 17,0 Prozent und das Segment ad agents um TEUR 217 auf TEUR 1.806 bzw. 13,7 Prozent gewachsen ist, musste das Segment ad pepper media einen Umsatzrückgang von TEUR 2.702 (-52,7 Prozent) hinnehmen. Die Umsatzeinbußen im Bereich ad pepper media sind insbesondere auf einen schwachen Jahresstart in Deutschland zurückzuführen, während sich Spanien und Großbritannien erfreulich entwickelten. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die Umsätze des Vorjahresquartals noch Anteile von zwischenzeitlich veräußerten (Emediate ApS und Crystal Semantics Ltd) oder eingestellten Aktivitäten (ad pepper media BeNeLux) enthalten. Ohne diesen Effekt hätte die Gruppe ein Umsatzplus von 0,2 Prozent verzeichnet, das Umsatzminus des Segments ad pepper media hätte bei 34 Prozent gelegen.

Das Bruttoergebnis, unsere eigentlichen Kenn- und Steuerungsgröße, verzeichnete ebenfalls einen signifikanten Rückgang um TEUR 1.604 auf TEUR 4.137 bzw. um 27,9 Prozent. Die Bruttomarge ausgedrückt in Relation zum Umsatz reduzierte sich von 44,2 Prozent auf 35,7 Prozent. Hauptgrund für den starken Rückgang sind erneut die bereits oben erwähnten veräußerten oder eingestellten Aktivitäten der ad pepper media-Gruppe, die, sofern man diese Effekte neutralisierte, zu einem bereinigten Minus des Bruttoergebnisses von 11,4 Prozent geführt hätten. Dieser „pro forma“ Rückgang der Bruttomarge ist wiederum erneut im Wesentlichen auf ein unter den Erwartungen gebliebenes Geschäft des Segments ad pepper media in Deutschland zurückzuführen.

Die operativen Kosten sanken deutlich um 9,6 Prozent bzw. um TEUR 545 auf TEUR 5.129. Die Kostenreduktion ist im Wesentlichen auf die bereits erwähnten Entkonsolidierungseffekte zurückzuführen.

Aufgrund des im Vergleich zur Kostenreduzierung überproportionalen Rückganges des Bruttoergebnisses, lagen sämtliche Profitabilitäts-

kennziffern unterhalb des Vorjahresniveaus. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug für das erste Quartal 2014 TEUR -936 (Q1 2013: TEUR 134). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) betrug TEUR -991 nach TEUR 68 im Vorjahresquartal. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres TEUR -687 (Q1 2013: TEUR 106). Das Periodenergebnis betrug TEUR -690 (Q1 2013: TEUR 43).

Finanzlage

Der Brutto Cash-Flow betrug TEUR -1.041 (Q1 2013: TEUR 148), während für den operativen Cash-Flow ein Wert von TEUR -1.959 nach TEUR -969 in den ersten drei Monaten des Jahres 2013 verzeichnet wurde. Der Netto Cash-Flow aus Investitionstätigkeit betrug im Dreimonatszeitraum 2014 TEUR 3.927 (Q1 2013: TEUR -1.529). Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug in den ersten drei Monaten 2014 TEUR 0 nach TEUR 0 im entsprechenden Zeitraum des Vorjahres.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber dem 31. Dezember 2013 um TEUR 2.155 auf TEUR 34.107 reduziert. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sanken dabei auf TEUR 6.540 (TEUR 7.071). Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sanken auf TEUR 7.019 (TEUR 7.962). Die liquiden Mittel (einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert sowie Termineinlagen) reduzierten sich gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2013 um TEUR 1.657 auf TEUR 20.045 (TEUR 21.702). Zusätzlich hält ad pepper media 1.759.292 eigene Aktien. Bankverbindlichkeiten bestehen weiterhin nicht. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich auf 70,3 Prozent (31.12.2013: 67,8 Prozent).

Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten

Schwerpunkt der Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten liegt in der ad pepper media International N.V. selbst (am Standort Hamburg). Hier wird ein bedeutender Teil der Entwicklungen für das Admin- und das ad pepper media-Segment entweder selbst erstellt oder begleitend beauftragt. Im Segment Webgains finden die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten dezentral innerhalb der Webgains Ltd statt.

Mitarbeiter

Per 31. März 2014 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 236 Mitarbeiter. Zum Ende des entsprechenden Vorjahreszeitraumes waren insgesamt 267 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media-Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	<i>31. März 2014</i> <i>Anzahl</i>	<i>31. März 2013</i> <i>Anzahl</i>
<i>ad pepper media</i>	<i>69</i>	<i>115</i>
<i>Webgains</i>	<i>90</i>	<i>85</i>
<i>ad agents</i>	<i>56</i>	<i>50</i>
<i>Administration</i>	<i>21</i>	<i>17</i>

Risiko- und Chancenbericht

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 hat sich keine wesentliche Veränderung der Chancen- und Risikosituation von ad pepper media International N.V. ergeben. Wir verweisen insoweit auf die Darstellung im Lagebericht für das Geschäftsjahr 2013.

Prognosebericht

Die Entwicklung des operativen Geschäftes der ad pepper media-Gruppe während der ersten drei Monate des Geschäftsjahres verlief weitgehend im Rahmen der Erwartungen: In den vor uns liegenden Quartalen gilt es, die neuen Produktentwicklungsansätze, die sich bereits in den Kosten, aber noch nicht in den Umsätzen niederschlagen, konsequent weiterzuverfolgen. Inwiefern und in welcher Höhe sich diese neuen, insbesondere im Bereich datengetriebene Geschäftsmodellen angesiedelten Ansätze auf die Gewinn- und Verlustrechnung des laufenden Geschäftsjahres auswirken werden, lässt sich aus heutiger Sicht nicht seriös beantworten. Zudem wird erfahrungsgemäß ein Großteil des Umsatzes traditionell im vierten Quartal generiert.

Fokus liegt daher auf einer Verbesserung unserer Marktposition in allen Kernbereichen unserer Gruppe bei gleichzeitig strengem Kostenmanagement.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)

	Q1 2014	Q1 2013
	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	11.579	12.996
<i>Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen</i>	-7.442	-7.255
Bruttoergebnis vom Umsatz	4.137	5.741
<i>Vertriebskosten</i>	-3.291	-3.831
<i>Allgemeine und Verwaltungskosten</i>	-1.897	-2.240
<i>Sonstige betriebliche Erträge</i>	265	510
<i>Sonstige betriebliche Aufwendungen</i>	-205	-112
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	-991	68
<i>Finanzerträge</i>	326	67
<i>Finanzaufwendungen</i>	-22	-29
Ergebnis vor Steuern	-687	106
<i>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</i>	-3	-63
Periodenergebnis	-690	43
<i>davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens</i>	-693	1
<i>davon entfallen auf Minderheitsanteile</i>	3	42
<i>Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,03	0,00
<i>Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,03	0,00
	Q1 2014	Q1 2013
	Stück	Stück
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	21.240.708	21.240.708
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	21.641.708	21.240.708

Konzern-Gesamterfolgsrechnung (IFRS)

	Q1 2014 TEUR	Q1 2013 TEUR
Periodenergebnis	-690	43
Posten, die anschließend möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden:		
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	6	-39
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	242	61
Realisierte Gewinne aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-198	0
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente	8	32
Direkt im Eigenkapital verrechnete Ertragsteuern	0	0
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen nach Ertragsteuern	58	54
Gesamterfolg	-632	97
davon auf Minderheitsanteile entfallend	3	42
davon auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	-635	55

Angaben zu erfolgsneutralen Sachverhalten in der Gesamterfolgsrechnung

Im Folgenden sind die Aufwendungen und Erträge sowie die darauf entfallende Steuerbelastung der im Eigenkapital direkt erfassten Wertänderungen dargestellt:

	Q1 2014 TEUR			Q1 2013 TEUR		
	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. Minderheitenanteile)	6	0	6	-39	0	-39
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	242	0	242	61	0	61
Realisierte Gewinne aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-198	0	-198	0	0	0
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente	8	0	8	32	0	32
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	58	0	58	54	0	54

Konzern-Bilanz (IFRS)

Aktiva	31. März 2014	31. Dezember 2013
	TEUR	TEUR
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	24	24
Immaterielle Vermögenswerte	255	261
Sachanlagen	226	221
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	0	3.490
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	5.185	5.326
Zur Veräußerung verfügbare Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente	4.511	4.503
Andere finanzielle Vermögenswerte	1.702	1.630
Latente Steuern	36	35
Summe langfristige Vermögenswerte	11.939	15.490
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6.540	7.071
Forderungen aus Ertragsteuern	204	187
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	480	428
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	84	200
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	14.860	12.886
Summe kurzfristige Vermögenswerte	22.168	20.772
Aktiva, gesamt	34.107	36.262

Konzern-Bilanz (IFRS)

<i>Passiva</i>	31. März 2014	31. Dezember 2013
	TEUR	TEUR
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	66.277	66.254
Eigene Anteile	-3.281	-3.281
Bilanzverlust	-41.479	-40.786
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	1.060	1.002
Summe	23.727	24.339
Minderheitsanteile	239	236
Summe Eigenkapital	23.966	24.575
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7.019	7.962
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	536	721
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.482	2.869
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	104	135
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	10.141	11.687
Summe Verbindlichkeiten	10.141	11.687
Passiva, gesamt	34.107	36.262

* Das gezeichnete Kapital besteht aus Stückaktien mit einem Nennwert von je EUR 0,05.
Das genehmigte Kapital beträgt 23.429.708 Aktien, wovon 23.000.000 begeben sind
und sich am 31. März 2014 21.240.708 (31. Dezember 2013: 21.240.708) Aktien im Umlauf befanden.

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	Q1 2014	Q1 2013
	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	-690	43
Überleitung zwischen Periodenergebnis und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	56	66
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-3	-1
Aktienbasierte Vergütung	23	0
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-387	-18
Andere Finanzerträge und Finanzaufwendungen	83	-20
Steuerergebnis	3	63
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	-126	15
Brutto-Cash-Flow	-1.041	148
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	657	1.959
Veränderung anderer Aktiva	-138	-347
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-943	-1.223
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-574	-1.502
Vereinnahmte Ertragsteuern	0	10
Gezahlte Ertragsteuern	-49	-10
Vereinnahmte Zinsen	188	2
Gezahlte Zinsen	-59	-6
Netto-Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	-1.959	-969

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	Q1 2014	Q1 2013
	TEUR	TEUR
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-70	-43
Erlöse aus dem Verkauf von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	18	0
Auszahlungen für die Gewährung von Darlehen	0	-50
Einzahlungen für die Veräußerung von sonstigen Beteiligungen	0	18
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	14	15
Erlöse aus dem Verkauf/der Fälligkeit von Wertpapieren und Fälligkeit von Termineinlagen	6.955	563
Erwerb von Wertpapieren und Anlage in Termingelder	-2.990	-2.032
Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	3.927	-1.529
Netto-Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	0	0
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	6	-39
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.968	-2.498
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn der Berichtsperiode	12.886	12.587
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	14.860	10.050

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 01. Januar 2013	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Dividen- den	Stand 31. März 2013
Gezeichnetes Kapital							
Anzahl der Aktien	23.000.000						23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150						1.150
Kapitalrücklage							
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.421						2.421
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782						63.782
Eigene Anteile							
Anzahl der Aktien	1.759.292						1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281						-3.281
Bilanzverlust (TEUR)	-45.754	1					-45.753
Kumuliertes sonstiges Ergebnis							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.384	-39					-1.423
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-2.028	61					-1.967
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente (TEUR)	3.274	32					3.306
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	18.180	55	0	0	0	0	18.235
Minderheitenanteile (TEUR)	265	42					307
Eigenkapital (TEUR)	18.445	97	0	0	0	0	18.542

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 01. Januar 2014	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Dividen- den	Stand 31. März 2014
Gezeichnetes Kapital							
Anzahl der Aktien	23.000.000						23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150						1.150
Kapitalrücklage							
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.472		23				2.495
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782						63.782
Eigene Anteile							
Anzahl der Aktien	1.759.292						1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281						-3.281
Bilanzverlust (TEUR)	-40.786	-693					-41.479
Kumuliertes sonstiges Ergebnis							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-909	6					-903
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-1.168	44					-1.124
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente (TEUR)	3.079	8					3.087
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	24.339	-635	23	0	0	0	23.727
Minderheitenanteile (TEUR)	236	3					239
Eigenkapital (TEUR)	24.575	-632	23	0	0	0	23.966

Konzern-Anhang
Konzern-Segmentinformationen (IFRS)

Q1 2014	<i>ad pepper media</i> TEUR	<i>Webgains</i> TEUR	<i>ad agents</i> TEUR	<i>Admin</i> TEUR	<i>Konsoli- dierung</i> TEUR	<i>Konzern</i> TEUR
Gesamtumsatz	2.431	7.354	1.806	79	-91	11.579
<i>davon Umsatz mit Drittkunden</i>	2.421	7.352	1.806	0	0	11.579
<i>davon Intersegmentumsätze</i>	11	1	0	79	-91	0
Aufwendungen	-2.763	-7.430	-1.796	-660	79	-12.570
<i>davon Abschreibungen</i>	-8	-17	-19	-12	0	-56
<i>davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen</i>	-16	-121	-1	-23	0	-161
EBITDA	-323	-60	28	-569	-12	-936
EBIT	-331	-77	10	-581	-12	-991
Finanzerträge	1	0	0	328	-3	326
Finanzaufwendungen	-2	-1	-2	-20	3	-22
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-3
Periodenergebnis						-690

Q1 2013	<i>ad pepper media</i> TEUR	<i>Webgains</i> TEUR	<i>ad agents</i> TEUR	<i>Admin</i> TEUR	<i>Konsoli- dierung</i> TEUR	<i>Konzern</i> TEUR
Gesamtumsatz	5.143	6.292	1.589	177	-205	12.996
<i>davon Umsatz mit Drittkunden</i>	5.123	6.284	1.589	0	0	12.996
<i>davon Intersegmentumsätze</i>	20	8	0	177	-205	0
Aufwendungen	-4.929	-6.351	-1.441	-384	177	-12.928
<i>davon Abschreibungen</i>	-30	-7	-15	-14	0	-66
<i>davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen</i>	-30	-4	-1	-7	0	-42
EBITDA	244	-52	163	-193	-28	134
EBIT	214	-59	148	-207	-28	68
Finanzerträge	1	0	0	70	-4	67
Finanzaufwendungen	-3	-1	0	-29	4	-29
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-63
Periodenergebnis						43

1. Grundlage für die Erstellung des Quartalsabschlusses

Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss der ad pepper media International N.V. wurde nach den Vorschriften der am Abschlussstichtag geltenden International Financial Reporting Standards (IFRS) in Euro (EUR) erstellt. Die Vergleichswerte des Vorjahres wurden nach den gleichen Grundsätzen ermittelt und soweit erforderlich angepasst. Der Quartalsabschluss erfüllt die Anforderungen des IAS 34. Der verkürzte Konzernzwischenabschluss enthält nicht sämtliche für den Abschluss des Geschäftsjahres vorgeschriebene Erläuterungen und Angaben und sollte daher im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 gelesen werden.

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 31. März 2014 wurde vom Vorstand am 16. April 2014 zur Veröffentlichung freigegeben.

2. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die auf den vorliegenden Quartalsabschluss angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden weichen nicht materiell von den angewandten Grundsätzen ab, nach denen der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2013 erstellt wurde.

Seitdem wurden keine Standards und Interpretationen im Rahmen des Komitologieverfahrens übernommen.

3. Konsolidierungskreis

Im Einzelnen sind folgende Gesellschaften im Konzernabschluss einbezogen:

Gesellschaft	31.03. 2014 Prozent	31.12. 2013 Prozent
<i>ad pepper media GmbH, Nürnberg, Deutschland</i>	100	100
<i>ad pepper media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande</i>	100	100
<i>ad pepper media Denmark A/S, Kopenhagen, Dänemark</i>	100	100
<i>ad pepper media UK Ltd, London, Großbritannien</i>	100	100
<i>ad pepper media France S.A.R.L., Paris, Frankreich</i>	100	100
<i>ad pepper media Spain S.A., Madrid, Spanien</i>	100*	100
<i>ad pepper media USA LLC, New York, USA</i>	100	100
<i>Webgains Ltd, London, Großbritannien</i>	100	100
<i>Globase International ApS, Kopenhagen, Dänemark</i>	100	100
<i>ad agents GmbH, Herrenberg, Deutschland</i>	60	60

* Vorbehaltlich der Zustimmung durch die Hauptversammlung der Aktionäre der ad pepper media Spain S.A., Madrid und Anmeldung beim Handelsregister, verkaufte die ad pepper media International N.V. mit Wirkung zum 31. Januar 2014 einen nicht beherrschenden Anteil von 35 Prozent der 100 Prozent-Tochter, ad pepper media Spain SA, an dessen Geschäftsführer.

4. Erläuterungen zum Zwischenabschluss

Wir verweisen im Wesentlichen auf die Angaben zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Konzernzwischenlagebericht.

In der Berichtsperiode ergaben sich folgende wesentliche Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnung:

Im Finanzergebnis sind realisierte Netto-Kursgewinne in Höhe von TEUR 274 (Q1 2013: TEUR 19) sowie unrealisierte Netto-Bewertungsgewinne/-verluste in Höhe von TEUR 0 (Q1 2013: TEUR 23) enthalten.

In der Berichtsperiode ergaben sich folgende wesentliche Auswirkungen auf die Bilanz:

Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten reduzierten sich um TEUR 387. Grund hierfür sind im Wesentlichen Auszahlungen für variable Vergütungsbestandteile.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gingen um TEUR 531 zurück, die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich um TEUR 943. Grund hierfür ist das im Vergleich zum Q4 2013 niedrigere Umsatzniveau in Q1 2014.

5. Segmentberichterstattung gemäß IFRS 8

IFRS 8 fordert die Angabe von finanziellen und beschreibenden Informationen bezüglich so genannter „berichtspflichtiger Segmente“. Berichtspflichtige Segmente sind entweder operative Segmente oder Zusammenfassungen von operativen Segmenten, die bestimmten Kriterien genügen. Operative Segmente stellen Komponenten eines Unternehmens dar, über die Finanzinformationen verfügbar sind, die regelmäßig durch die oberste Führungskraft des operativen Bereichs überprüft werden, um zu entscheiden, wie Ressourcen verteilt und Leistungen beurteilt werden. Im Allgemeinen müssen Finanzinformationen auf Basis der internen Steuerungskonzeption berichtet werden, die bei der Beurteilung der operativen Segmente verwendet wird (Management Approach). Die

an den Hauptentscheidungsträger des Unternehmens im Hinblick auf Entscheidungen über die Verteilung von Ressourcen zu diesem Segment und der Bewertung seiner Ertragskraft berichteten Informationen sind an den erbrachten Dienstleistungen ausgerichtet. Daher berichtet der Konzern Segmentinformationen für die operativen Segmente „ad pepper media“ (Lead, Mail, Banner), „Webgains“ (Affiliate-Marketing) und „ad agents“ (SEM/SEO), sowie für das nicht-operative Segment „Admin“ (Verwaltung).

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der berichtspflichtigen Segmente entsprechen den in Angabe [2] des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2013 beschriebenen Konzernbilanzierungsrichtlinien.

Das Segmentergebnis wird als das je Segment verdiente EBIT und EBITDA ohne Differenzen zu den IFRS dargestellt.

Das so ermittelte Segmentergebnis wird dem Hauptentscheidungsträger des Unternehmens im Hinblick auf Entscheidungen über die Verteilung von Ressourcen zu dem jeweiligen Segment und der Bewertung seiner Ertragskraft berichtet. Die Grundlage der Rechnungslegung für Intersegment-Transaktionen ist das „Dealing at arm's length“-Prinzip.

Geographische Informationen

Der Konzern ist im Wesentlichen in vier geographischen Regionen tätig – Deutschland, Skandinavien, Spanien und Großbritannien. Das operative Geschäft in den Niederlanden wurde per 30. Juni 2013 eingestellt. Die Umsatzerlöse aus fortgeführten Geschäftsbereichen des Konzerns aus Geschäften mit externen Kunden sowie Informationen über das Segmentvermögen setzen sich nach geographischer Zuordnung wie nachstehend zusammen wobei die langfristigen Vermögenswerte weder Finanzinstrumente noch latente Ertragssteuerforderungen beinhalten:

	Umsatz mit Drittkunden		Langfristige Vermögenswerte	
	Q1 2014	Q1 2013	31.03. 2014	31.03. 2013
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
<i>Niederlande</i>	0	118	0	12
<i>Deutschland</i>	3.320	4.635	391	270
<i>Skandinavien</i>	653	2.027	3	152
<i>Großbritannien</i>	5.752	4.408	108	57
<i>Spanien</i>	837	870	2	3
<i>Sonstige</i>	1.017	938	1	5
Summe	11.579	12.996	505	499

Die Anhangsangaben nach IFRS 8.34 sind nicht einschlägig, da keine Abhängigkeit von Großkunden besteht.

6. Eigene Anteile

Erwerb eigener Aktien

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 14. Mai 2013 wurde der Vorstand zum Rückkauf eigener Aktien von bis zu 50 Prozent des Stammkapitals innerhalb der folgenden 18 Monate ermächtigt.

Per 31. März 2014 hält die ad pepper media International N.V. 1.759.292 eigene Aktien (31. März 2013: 1.759.292) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 7,65 Prozent (31. März 2013: 7,65 Prozent) des Grundkapitals entspricht.

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss können die eigenen Aktien zur Bedienung von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen und für Akquisitionen eingesetzt werden.

Veräußerung eigener Aktien

Es wurden in den ersten drei Monaten des Jahres 2014 keine Anteile veräußert (Q1 2013: 0). Es wurden ebenfalls keine Anteile im Rahmen der Mitarbeiter-Optionsprogramme veräußert oder ein Barausgleich für bereits erdiente Aktienoptionen vorgenommen (Q1 2013: 0).

Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 31. März 2014 auf 21.240.708 Stück (31.03.2013: 21.240.708 Stück). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05.

7. Saisoneinflüsse auf die Geschäftstätigkeit

ad pepper media ist im weitesten Sinne im Bereich der Online-Werbung tätig. Aufgrund des saisonalen Charakters der Werbebranche, mit einem traditionellen Höhepunkt der Werbeausgaben im vierten Quartal, werden im zweiten Halbjahr in der Regel höhere Umsatzerlöse und daraus resultierend ein höheres operatives Ergebnis erzielt.

8. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 31. März 2014 waren insgesamt 1.313.900 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen EUR 0,665 und EUR 3,795.

Die folgende Tabelle veranschaulicht die Anzahl der Aktien und Bezugsrechte die von Mitgliedern des Vorstands und Aufsichtsrats (direkt bzw. indirekt) sowie von Mitarbeitern gehalten werden

	Aktienbesitz zum 31.03.2014	Optionen zum 31.03.2014
Vorstand		
<i>Dr. Ulrike Handel</i>	0	300.000
<i>Jens Körner</i>	0	210.000
Ehemaliger Vorstand		389.500
Aufsichtsrat		
<i>Michael Oschmann</i>	0	0
<i>Thomas Bauer</i>	0	0
<i>Eun-Kyung Park</i>	0	0
<i>Dr. Stephan Roppel</i>	0	0
Unternehmen mit maßgeblichem Einfluss		
<i>EMA B.V.</i>	9.486.402	0
<i>Euro Serve Media GmbH</i>	436.963	0
Mitarbeiter		414.400

9. Bericht zu wesentlichen Geschäften mit nahe stehenden Unternehmen und Personen

Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen haben sich im Vergleich zum Jahr 2013 nicht verändert.

10. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bis zum Tage der Freigabe zur Veröffentlichung sind keine Ereignisse eingetreten, welche die dargestellte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 31. März 2014 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

Amsterdam/Nürnberg, den 16. April 2014

Dr. Ulrike Handel, Jens Körner

Finanzkalender

Alle Finanz- und Pressetermine, die für den Kapitalmarkt relevant sind, auf einen Blick:

Finanzkalender

<i>Hauptversammlung 2014 (Amsterdam, Niederlande)</i>	<i>13. Mai 2014</i>
<i>Quartalsbericht I/2014</i>	<i>14. Mai 2014</i>
<i>Quartalsbericht II/2014</i>	<i>13. August 2014</i>
<i>Quartalsbericht III/2014</i>	<i>12. November 2014</i>

Kontakt

Investorenkontakt

Jens Körner (CFO)
ad pepper media International N.V.
Frankenstraße 150 C (FrankenCampus)
D-90461 Nürnberg

Tel.: +49 (0) 911 929057-0
Fax: +49 (0) 911 929057-157
E-Mail: ir@adpepper.com
www.adpepper.com

Impressum

Verantwortlich
ad pepper media International N.V.
Frankenstraße 150 C (FrankenCampus)
D-90461 Nürnberg

Tel.: +49 (0) 911 929057-0
Fax: +49 (0) 911 929057-157
E-Mail: info@adpepper.com
www.adpepper.com

Aktiengesellschaft (N.V.)
Sitz Amsterdam, Niederlande
Zweigniederlassung Nürnberg

Prime Standard, Frankfurt,
ISIN: NL0000238145
HRB Nürnberg 17591
Ust-ID-Nr: DE 210757424

Vorstände:
Dr. Ulrike Handel, CEO
Jens Körner, CFO

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2013 bzw. den Konzernzwischenabschluss 2014 in Deutsch oder Englisch zu.
Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei auf www.adpepper.com unter:
Investor Relations/News & Publikationen/Berichte und Präsentationen.

ad pepper media International N.V.
Prins Bernhardplein 200
NL - 1097JB Amsterdam

www.adpepper.com